

Е. С. Пронкина // Вестн. РГГУ. Сер. История. Филология. Культурология. Востоковедение. — 2018. — № 8 (41). — С. 155–165.

Designing of personal identity in the internet communication

The article is focused on the problem of user self-presentation in the Internet communication. Among the main options for self-expression on the Web are the following: reconstruction of identity, partial self-expression, experimenting with identity. It is also analyzed the relationship between the strategies of designing personal identity, on the one hand, and types of communication, social media, the sphere of communication and goals of communication, on the other. The elements of verbal self-presentation are considered: a personality block, an interactive block and a presentation of a personal web page. Among the characteristics of the perception by participants of communication of constructed images of each other are emphasized such as: social categorization in the perception of a partner; the active search and collection of information about a partner; the contradictory image of a partner; the emergence of intense feelings.

УДК 654.197



© **Сяргей Венідзіктаў**

начальнік кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін Магілёўскага інстытута МВС (Беларусь), кандыдат філалагічных навук, дацэнт

© **Sergei Venidiktov**

Head of the social and humanitarian disciplines dept. of the Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs (Belarus), PhD in Philology, Associate Professor e-mail: venidiktov@institutemvd.by

ІНТЭРНЭТ-ПРАСТОРА КІТАЯ Ў КАМУНІКАЦЫІ СА ЗНЕШНЯЙ АЎДЫТОРЫЯЙ

У артыкуле разглядаюцца асаблівасці функцыянавання інтэрнэт-асяроддзя Кітая (КНР) у медыйным дыялогу са знешняй у адносінах да нацыянальнай інфармацыйнай прасторы аўдыторыяй. Аналізуюцца напрамкі дзяржаўнага рэгулявання і абмежавання інтэрнэт-кантэнту. Паказана, што інтэнсіфікацыя інфармацыйнага дыялогу Кітая з вядучымі дзяржавамі Захаду аказвае ўплыў на культурнае і палітыка-эканамічнае ўзаемадзеянне сусветнай супольнасці, а таксама становіцца адбіваецца на іміджы КНР. Асэнсоўваецца стратэгія адлюстравання ў інтэрнэт-прасторы КНР інфармацыі, прысвечанай распаўсюджванню віруса SARS-CoV-2. Практычнае значэнне даследавання абумоўлена магчымасцю

выкарыстання яго вынікаў у інтарэсах удасканалення нацыянальных медэлей інфармацыйнай палітыкі.

Пры аналізе інфармацыйнай прасторы Кітая (КНР) неабходна ўлічваць яе адносную закрытасць і высокую ступень кантролю з боку дзяржавы, што абумоўлена ў т. л. «неабходнасцю абароны мясцовага насельніцтва ад культурнага імперыялізму» (пераклад наш. — С. В.) [1, с. 42]. Нягледзячы на тое, што Канстытуцыя КНР гарантуе свабоду слова і свабоду інфармацыі, кіруючая партыя выкарыстоўвае СМІ для пашырэння ідэй «гарманічнага грамадства», фарміравання ў аўдыторыі перакананасці ў правільнасці палітычнага і эканамічнага курсу як гарантыі вырашэння сацыяльных праблем (стан медыцынскага абслугоўвання, рост цэн на нерухомасць, карупцыя, разрыў у заробках, заняцасць, экалогія, грамадская бяспека і інш.).

Дзяржаўная інфармацыйная палітыка Пекіна прывяла да цэнтралізацыі медыясістэмы, стварэння ў розных сектарах буйных карпарацый замест разрозненых лакальных СМІ. Медыя, арыентаваныя на знешнюю аўдыторыю, адначасова ўваходзяць у структуру нацыянальнай сістэмы масавага інфармавання і ў сістэму глабальнага абмену інфармацыяй.

Даследчыкі звяртаюць увагу на існаванне тэндэнцыі ў адносінах паміж органамі ўлады і медыя ў КНР, якая прадугледжвае рэалізацыю «прынцыпаў *peiwai youbie* (дыферэнцыяцыі медыйных прадуктаў, прызначаных для ўнутранай і знешняй аўдыторыі) і *peijin waisong* (кантралюемы ўнутры, аўтаномны звонку). Ідэя заключаецца ў тым, каб ажыццяўляць больш жорсткі кантроль над СМІ, якія працуюць для ўнутранай аўдыторыі, і такім чынам прадухіляць дэстабілізацыю грамадства і прадастаўляць больш шырокія магчымасці для медыя, якія забяспечваюць інфармацыяй замежную аўдыторыю» (пераклад наш. — С. В.) [2]. У такой сітуацыі роля «вартавога сабакі» дэмакратыі, характэрная для традыцыйных заходніх СМІ, якія дзейнічаюць у супольнасці грамадзянскага тыпу, кітайскімі медыя не рэалізуецца ўвогуле: «На працягу многіх гадоў вельмі рэдка можна было сустрэць у прэсе аналітычныя матэрыялы, якія глыбока і аб'ектыўна даследуюць прыроду дзеючай улады» [3, с. 326].

У медыйным дыялогу Кітая са знешняй у адносінах да нацыянальнай інфармацыйнай прасторы аўдыторыяй узрастае значэнне інтэрнэт-асяроддзя. Саступаючы развітым краінам па адносных колькасных паказчыках (КНР адносіцца да ўмоўнай трэцяй катэгорыі краін, дзе

доступ да Сеціва маюць 40—59 % насельніцтва, пры гэтым мае памежнае з другой катэгорыяй становішча з паказчыкам, блізкім да 59 %), Кітай сёння мае найбольшую колькасць інтэрнэт-карыстальнікаў у свеце і дэманструе надзвычайную ўстойлівасць нацыянальнага сегмента Сеціва да пераймання заходніх прынцыпаў камунікацыі [4]. Па стане на студзень 2020 г. у КНР налічвалася 855 млн карыстальнікаў Інтэрнэту, прырост за год склаў 25 млн (3,1 %) [5]. Сярэднестатыстычны кітаец штодзённа знаходзіцца ў Сеціве 5 гадзін 50 хвілін, што амаль на гадзіну меней за сярэднія паказчыкі для сусветнай аўдыторыі (6 гадзін 43 хвіліны) [5]. Колькасць карыстальнікаў сацыяльных медыя складае каля 1,04 млрд.

У цэлым інтэрнэт-рэсурсы КНР, якія займаюцца агрэгаваннем навін, арыентаваны на зменлівыя запыты ўнутранай і знешняй аўдыторыі і на актуальныя трэнды вэб-журналістыкі: «Інтэрнэт-медыя як Tencent, SOHU і інш., нягледзячы на часам супярэчлівы кантэнт, выглядаюць у вачах кітайскай аўдыторыі менш афіцыйнымі і больш прывабнымі» (пераклад наш. — С. В.) [6, с. 116]. Таму СМІ, якія кантралююцца Камуністычнай партыяй Кітая (КПК), імкнуцца да пашырэння сваёй прысутнасці ў Інтэрнэце, прымаючы парадкі сеткавай цензуры і прызнаючы пры гэтым мадэль развіцця Глобальнай сеткі, прынятую ў краінах Захаду, узорам «хаосу і беспарадку».

Пры Інфармацыйным агенстве Дзяржаўнага савета створана Адміністрацыйнае бюро па прапагандзе ў Інтэрнэце, якое займаецца маніторынгам грамадскай думкі ў Сеціве і каардынуе дзяржаўную прапаганду: «У ажыццяўленні вэб-цензуры Кітай выкарыстоўвае дзве стратэгіі: гэта фільтраванне матэрыялаў і заахвочванне самацензуры шляхам рэгулявання, кіравання і карных мер. Парушэнне правілаў мае вынікам пакаранне: прыватныя карыстальнікі могуць быць асуджаныя да турэмнага зняволення за публікацыю або распаўсюджванне матэрыялаў, якія супярэчаць ураду, а правайдэраў могуць пазбавіць ліцэнзіі» (пераклад наш. — С. В.) [7, с. 67].

Шэраг найважнейшых з'яў у жыцці Кітая атрымліваюць розныя ацэнкі ў нацыянальных і замежных інтэрнэт-рэсурсах. У першую чаргу, гэта датычыцца праблемы сепаратызму ў Тыбеце і на Тайвані, якая вымушае кіраўніцтва краіны пастаянна апеляваць да ваеннай сілы і негатыўна адбіваецца на знешнім іміджы. Напрыклад, падчас беспарадкаў у Тыбеце ў 2008 г. урад КНР наклаў забарону на прадастаўленне інфармацыі замежным СМІ. Крыніцай навін для сусветнай грамадскасці быў тыбецкі ўрад у выгнанні (Індыя), што абумовіла негатыўную танальнасць у адносінах да ўлады КНР у сусветных СМІ. Незадаволенасць скажэннямі

інфармацыі і шматлікімі фактамі фальсіфікацыі навін з Тыбету ў замежных медыя прывяла нават да стварэння сайта www.anti-cnn.com, дзе размяшчаліся прыклады такога роду скажэнняў з патрабаваннямі абвяржэння. Прабачэнні паступілі ад тэлеканалаў RTL і N-TV (Германія), а таксама газеты Washington Post (ЗША). Памылкі былі ўлічаны пры арганізацыі інфармацыйнага суправаджэння міжэтнічнага канфлікту ў Сіньцзян-Уйгурскім аўтаномным раёне (2009 г.), калі па ўказанні ўрада быў разгорнуты апэратыўны прэс-цэнтр з адкрытым доступам для замежных журналістаў.

Існаванне магутнага фільтра інфармацыі ў асобе дзяржавы прыводзіць да таго, што патэнцыйна прамы дыялог паміж СМІ і аўдыторыяй КНР становіцца апасродкаваным, традыцыйная мадэль камунікатыўнага акта расцягваецца, уключаючы ў сябе элементы, якія ствараюць дадатковы «медыйны шум». Падкантрольнасць дзяржаве, існаванне «інфармацыйнай заслоны» становіцца прычынай тэндэнцыі: «Палавіністая інфармаванасць [сее] недавер да афіцыйнай прапаганды, [спараджае] адчужэнне людзей ад прыняцця рашэнняў, [утварае] зазор паміж абвешчанай палітыкай і яе рэальным увасабленнем у жыццё» (пераклад наш. — С. В.) [3, с. 328]. Закон аб сродках масавай інфармацыі ў КНР фактычна адсутнічае, канстытуцыйныя гарантыі свабоды слова носяць фармальны характар: «Яшчэ ў 2007 годзе ўлады Кітая выдалі закон, які забараняе размяшчэнне любой негатыўнай інфармацыі ў кітайскіх СМІ. Прыняцце гэтага закона суправаджалася карнымі мерамі ўладаў супраць апазіцыі і арыштамі “дысідэнтаў”» (пераклад наш. — С. В.) [8, с. 109].

Пры гэтым адносна высокі ўзровень даверу аўдыторыі дасягаецца ў тым ліку дзякуючы выкарыстанню ў кітайскіх інтэрнэт-СМІ неканфрантацыйнай метадыкі прапагандысцкай працы. Напрыклад, крытычныя матэрыялы пра сацыяльна-палітычныя падзеі ў краінах Захаду, крызісныя з’явы ў сусветнай палітыцы, спробы эканамічнага ціску на Кітай падаюцца са спасылкай на замежныя інфармацыйныя агенствы: «Пекін умела выкарыстоўвае наяўнасць на Захадзе шырокага спектра адкрытых крыніц інфармацыі і свабоды меркаванняў, каб распаўсюджаць неабходныя матэрыялы, прычым падрыхтаваныя самімі замежнікамі» (пераклад наш. — С. В.) [1, с. 48]. Эксперты ў апошнія гады кажучь аб змене вектара знешнепалітычнай прапаганды, «імкненні дыверсіфікаваць крыніцы інфармацыі, арыентаваныя на замежную аўдыторыю, спрыяць стварэнню кожным буйным дзяржаўным інфармагенцтвам сваіх выданняў на замежных мовах, у першую чаргу

на англійскай» (пераклад наш. — С. В.) [9, с. 75]. Рост колькасці ўплывовых СМІ, якія належаць Кітаю або актыўна супрацоўнічаюць з кітайскімі медыя, прыводзіць да фарміравання ўяўлення аб плюралізме меркаванняў і разнастайнасці крыніц інфармацыі ў КНР, што спрыяльна адбіваецца на іміджы дзяржавы.

З 2003 г. дзейнічае праект «Залаты шчыт» (ці «Вялікі кітайскі фэйрвол»), які рэгулюе і абмяжоўвае інтэрнэт-кантэнт. Праект уключае ў сябе сістэму кіравання бяспекай, сістэму інфармавання аб правапарушэннях, сістэму кантролю выхаду і ўваходу, інфармацыйную сістэму маніторынгу, а таксама механізм кіравання інтэрнэт-трафікам. Напрыклад, вэб-сайты, што знаходзяцца на тэрыторыі Кітая, не могуць спасылацца і публікаваць навіны з замежных сайтаў альбо СМІ, не атрымаўшы на тое спецыяльны дазвол [10].

З 2006 г. да кантролю над Інтэрнэтам падключылася спецыяльна створанае ў Кітаі паліцэйскае ведамства. Інтэрнэт-кантэнт старанна правяраецца Міністэрствам грамадскай бяспекі КНР, матэрыялы, якія патэнцыйна ўяўляюць пагрозу для грамадскай бяспекі, блакіруюцца (існуе таксама сістэма аўтаматычнай блакіроўкі па ключавых словах), пошукавыя сістэмы Yahoo, Google, Bing і іншыя не індэксуюць поўны аб'ём інфармацыі. Рэсурс Wikipedia неаднаразова блакіраваўся ў 2004—2008 гг. У 2009 г. «Залатым шчытом» былі заблакіраваны 80 % IP-адрасоў публічных сервераў ананімнай сеткі Tor [11], што, з аднаго боку, мела мэтай барацьбу з інтэрнэт-злачыннасцю, а з другога боку, абмяжоўвала карыстальнікаў у свабодным выказванні меркаванняў па неадназначных сацыяльна-палітычных праблемах. У сваю чаргу, у 2019 г. кампанія Google спыніла супрацоўніцтва з кітайскім гігантам Huawei, што стала рэакцыяй на абвінавачванне з боку ўрада ЗША ў спробах узлому сетак іншых краін.

У якасці прыкладаў цензуры прывядзём блакіраванне ў кітайскім сегменце Сеціва імені амерыканскага палітыка Хілары Клінтан, якая абвінаваціла Пекін у парушэнні прынцыпаў свабоднага Інтэрнэту, забарону на ўвод карыстальнікамі слоў тыпу «дэманстрацыя», «раўнапраўе», «Тайвань», закрыццё доступу да сайтаў большасці амерыканскіх універсітэтаў, абмежаванне выкарыстання музычных твораў не на кітайскай мове.

Паказальная таксама гісторыя з выхадам на кітайскі рынак кампаніі Google, якая была вымушана прыстасоўваць свае пошукавыя сістэмы да жорсткіх патрабаванняў бяспекі ў інтэрнэт-прасторы, якія існуюць у КНР: па ўмовах пагаднення з урадам, Google павінна была блакіраваць

доступ да «палітычна некарэктных» інтэрнэт-рэсурсаў. Прычым гэтае пытанне ў 2009—2010 гг. мела палітычны падтэкст і паказала глабальнае разыходжанне Вашынгтона і Пекіна ў пытаннях рэгулявання Сеціва: «Кітай становіцца ўсё меней успрымальным да спробаў ЗША ўздзейнічаць на ўнутрыпалітычную сітуацыю і настроі ў Кітаі з дапамогай інтэрнэт-СМІ, блогаў і сацыяльных сетак. З іншага боку, на фоне ўзмацнення кантролю Пекіна за кітайскім сегментам Інтэрнэту і яго здольнасці трансліраваць сваю інфармацыю па Сусветнай сетцы адбываецца скарачэнне ўплыву Вашынгтона на працэсы ў Інтэрнэце і на інфармацыю, якая там размяшчаецца» (пераклад наш. — С. В.) [9, с. 77].

Надзвычай развітая сістэма медыйнага ўплыву на замежную аўдыторыю прыводзіць да інтэнсіфікацыі інфармацыйнага дыялогу Кітая з дзяржавамі Захаду, які «аказвае ўсё большы ўплыў на палітыку, эканоміку і культуру не толькі гэтых краін, але і ўсёй сусветнай супольнасці» (пераклад наш. — С. В.) [12, с. 3]. Для вядучых інфармацыйных агенцтваў свету навіны з Кітая з'яўляюцца надзвычай запатрабаванымі, дапамагаючы Пекіну рэалізоўваць лозунг знешняй прапаганды «Дазвольце свету зразумець Кітай і дазвольце Кітаю выйсці за межы». Напрыклад, папулярны англамоўны сайт www.chinadaily.com.cn, арыентаваны як на знешнюю, так і на ўнутраную аўдыторыю, на працягу некалькіх гадоў з'яўляўся адзіным у КНР інтэрнэт-рэсурсам на англійскай мове, які забяспечваў аўдыторыю зацверджанымі ўрадам сусветнымі навінамі [13]. Медыягрупа Sina Corp. дае магчымасці для зносін больш чым 100 млн «хуацяо» (кітайскія эмігранты), забяспечваючы іх палітычнай, эканамічнай, сацыяльнай, культурнай інфармацыяй. Холдынгу «Жэньмінь жыбао» належыць самы ўплывовы рускамоўны інтэрнэт-партал Кітая — www.russian.people.com.cn, дзе размяшчаюцца інфармацыйна-аналітычныя матэрыялы, відэа і іншы кантэнт, які мае рэгіянальную спецыфіку.

Кітайская мова, з'яўляючыся адной з найбольш запатрабаваных у Сеціве, паступова набывае статус «віртуальнай мовы» Азіі. Такая сітуацыя таксама шмат у чым абумоўлена дзяржаўным умяшальніцтвам і падтрымкай нацыянальных інтэрнэт-карпарацый: «Цяперашняе становішча заходніх вэб-карпарацый у рэгіёне з'явілася вынікам іх уласных стратэгічных памылак і недастаткова падрыхтаванага выхаду на кітайскі рынак. Так ці інакш, моцныя пазіцыі ў Інтэрнэце разам з актыўным развіццём уласнай сістэмы глабальных СМІ на замежных мовах спрыяюць сур'ёзнаму ўзмацненню пазіцый Кітая ў сусветнай інфармацыйнай прасторы» (пераклад наш. — С. В.) [12, с. 15].

Праверкай на ўстойлівасць нацыянальнага сегмента Інтэрнэту для Кітая стала інфармацыйная кампанія, звязаная з распаўсюджваннем віруса SARS-CoV-2. Яшчэ ў лютым 2020 г. Сусветная арганізацыя аховы здароўя заявіла аб небяспечнасці «масавай інфадэміі» («эпідэміі дэзынфармацыі»), звязанай з недастатковай, канспіралагічнай інфармацыяй аб вірусах, што не дазваляе людзям атрымліваць даставерныя даведкі і змагацца з вірусам. У цэнтры інфадэміі апынуўся Кітай — краіна, дзе ўпершыню былі зафіксаваныя выпадкі захворванняў. Замацаваўшыся ў масавай свядомасці (шмат у чым дзякуючы Інтэрнэту), паняцце «кітайскі вірус» адмоўна сказалася на знешнім іміджы КНР [14]. У сваю чаргу, інтэрнэт-рэсурсы Кітая актыўна абмяркоўвалі тэорыю стварэння SARS-CoV-2 ЦРУ ЗША для стрымлівання эканамічнага росту КНР [15]. У студзені 2020 г. інтэрнэт-партал абароннай тэматыкі www.xilu.com апублікаваў артыкул, у якім было падрабязна расказана пра тое, як ЗША штучна стварылі вірус для «дакладнага нацэлівання на кітайцаў». Артыкул быў выдалены з сайта ў пачатку лютага 2020 г.

Канадская арганізацыя Citizen Lab, што займаецца даследаваннем цензуры ў Інтэрнэце, у сваім дакладзе «Заражэнне пад цензурай: як кіруюць інфармацыяй аб каранавірусе ў кітайскіх сацыяльных медыя» (Censored Contagion: How Information on the Coronavirus is Managed on Chinese Social Media) адзначыла, што яшчэ ў снежні 2019 г. вэб-цензары Кітая прадставілі спіс з 45 ключавых слоў, звязаных з каранавірусам, імкнучыся заблакіраваць дыскусію ў Інтэрнэце. Тады ж кітайская платформа YY апублікавала спіс словазлучэнняў, заблакіраваных у аднайменным мабільным прылажэнні: «уханьская невядомая пнеўманія», «невядомы SARS», «варыяцыі SARS», «уханьскі прадуктовы рынак» і інш. Як сцвярджаюць аўтары даклада, у лютым 2020 г. у сацыяльнай інтэрнэт-платформе WeChat было заблакіравана 516 слоўных камбінацый, звязаных з каранавірусам: «Забароненыя камбінацыі ключавых слоў COVID-19 ахопліваюць <...> абмеркаванне рэакцый палітычных лідэраў на эпідэмію, крытычныя і нейтральныя спасылкі на палітыку ўрада па барацьбе з эпідэміяй, адказы на выпадкі хваробы ў Ганконгу, Тайвані і Макао, спекулятыўныя і фактычныя звесткі пра хваробу, спасылкі на доктара Лі Вэньяна, заклікі да калектыўных дзеянняў» (пераклад наш. — С. В.) [16]. У даследаванні таксама звяртаецца ўвага на тое, што на пачатковай стадыі распаўсюджвання COVID-19 у Кітаі цензура блакіравала выклікі грамадскасці аб пагрозе новага віруса, якія ў выпадку распаўсюджвання маглі б пашырыцца ў сусветным маштабе і прымусіць людзей больш уважліва ставіцца да свайго здароўя [16].

Такім чынам, з аднаго боку, Пекін прытрымліваецца палітыкі максімальнага ўдзелу дзяржавы ў вызначэнні зместу медыясферы, прыярытэтных напрамкаў развіцця нацыянальных СМІ, фільтрацыі інтэрнэт-кантэнт. З іншага боку, такая палітыка не прыводзіць да поўнай адсутнасці альтэрнатыўнай інфармацыі, да зніжэння агульнага ўзроўню прафесіяналізму ў працы журналісцкай супольнасці. З улікам таго факта, што палітычная камунікацыя ў сучаснай медыяпрасторы становіцца элементам (і шмат у чым — замяняецца) медыйнай камунікацый, можна весці гаворку аб узрастанні палітычнага значэння дзейнасці інтэрнэт-рэсурсаў КНР як суб'ектаў іміджавай палітыкі ў кантэксце ўзаемадзеяння са знешняй аўдыторыяй [10].

Спіс асноўных крыніц

1. Ершов, Ю. М. Сравнительный анализ индийской и китайской политики в области телевидения / Ю. М. Ершов // Вестн. НГУ. Сер. История, филология. — 2010. — Т. 9. — Вып. 6 : Журналистика. — С. 42–48.
2. Подоляк, Д. В. СМІ как инструмент «мягкой силы» во внешней политике КНР [Электронный ресурс] / Д. В. Подоляк // Научный журнал: «Общество: политика, экономика, право». — 2018. — № 11. — Режим доступа: http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/2018/11/politics/podolyak.pdf. — Дата доступа: 12.03.2020.
3. Сюэцзюань, У. Китайские средства массовой информации в ходе трансформации общества: тенденции и проблемы / У. Сюэцзюань // Вестн. Санкт-Петерб. ун-та. Сер. 9. — 2008. — Вып. 3. — Ч. II. — С. 325–329.
4. Венідітков, С. В. Медыйны прастір Кітаю: від нацыянальнай консолідацыі — до мягкой силы / С. В. Венідітков // Обрії друкарства. — 2020. — № 1 (8). — С. 22–29.
5. 2020 Global Digital Overview [Electronic source] // DataReportal. — Mode of access: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-china>. — Date of access: 12.03.2020.
6. Гэнэн, Э. Э. Современные китайские международные СМІ / Э. Э. Гэнэн // Медиапространство многополярного мира : сб. науч. ст. / РУДН ; под ред. Е. В. Мартыненко. — М. : РУДН, 2017. — С. 115–121.
7. Ареева, М. В. Китайские средства массовой информации и их влияние на глобальные информационные процессы / М. В. Ареева // Актуальные проблемы современных международных отношений. — 2014. — № 4. — С. 65–69.
8. Рязанова, А. Ю. Особенности развития сетевой журналистики в Китае / А. Ю. Рязанова // Вестн. Российского ун-та дружбы народов. Сер. Литературоведение, журналистика. — 2015. — № 1. — С. 109–112.
9. Евдокимов, Е. Политика Китая в глобальном информационном пространстве / Е. Евдокимов // Международные процессы. — 2011. — Т. 9. — № 1 (23). — С. 74–83.

10. Венидиктов, С. В. Информационное взаимодействие в интеграционных формированиях : структурно-функциональная характеристика пространства медиакоммуникации : монография / С. В. Венидиктов. — Могилев : Могилев. институт МВД, 2019. — 176 с.

11. Tor partially blocked in China [Electronic source] // The Tor Project. — Mode of access: <https://blog.torproject.org/tor-partially-blocked-china>. — Date of access: 12.03.2020.

12. Агапов, А. А. Особенности информационного диалога Китая и ведущих англо-саксонских стран (на примере Великобритании и США) в XIX–XXI вв. : автореф. дис. ... канд. филолог. наук : 10.01.10 / А. А. Агапов. — М., 2013. — 21 с.

13. Гапонова, А. В. Секреты Китая: как сделать так, чтобы нас услышали? / А. В. Гапонова, Э. Х. Идилова // Рекламный вектор–2015: стратегии нового времени : сб. матер. IX науч.-практ. конф., Москва, 7–8 апр. 2015 г. / РУДН. — М., 2015. — С. 24–27.

14. Пекин возмутился названием «китайский вирус» для COVID-19 [Электронный ресурс] // Сайт газеты «Известия». — Режим доступа: <https://iz.ru/983098/2020-03-04/v-kitae-vozmutilis-nazvaniem-kitaiskii-virus-dlia-covid-19>. — Дата доступа: 14.03.2020.

15. China's rulers see the coronavirus as a chance to tighten their grip [Electronic source] // The Economist Newspaper. — Mode of access: <https://www.economist.com/china/2020/02/08/chinas-rulers-see-the-coronavirus-as-a-chance-to-tighten-their-grip>. — Date of access: 09.03.2020.

16. How Chinese social media platforms control information on COVID-19 [Electronic source] // Global Voices: Advox. — Mode of access: <https://advox.globalvoices.org/2020/03/09/how-chinese-social-media-platforms-control-information-on-covid-19/>. — Date of access: 16.03.2020.

China's internet space in communication with an external audience

The features of the Internet environment of China (PRC) functioning in the media dialogue with an audience external to the national information space are considered. The directions of state regulation and restrictions on Internet content are analyzed. It is shown that the intensification of China's information dialogue with leading Western countries has an impact on the cultural, political and economic cooperation of the world community, as well as a positive impact on the image of PRC. Strategy of information dedicated to the spread of the virus SARS-CoV-2 reflection in the Internet space of PRC interpreted. The practical significance of the study is due to the ability to use its results for improving national information policy models.